

2024 : Une nouvelle année de croissance

Chiffre d'affaires 880 M€ (+10 %)

Avec un chiffre d'affaires trimestriel à nouveau supérieur à 200 M€, Interparfums atteint ses objectifs sur l'ensemble de l'année : le chiffre d'affaires de l'exercice 2024 s'élève à 880,5 M€, en hausse de 10,3 % à devises courantes et constantes par rapport à l'exercice 2023. Cette performance reflète une demande toujours aussi soutenue sur les marques phares du portefeuille et une première année extrêmement positive sur les parfums Lacoste.

Activité 2024 par marque

M€	4 ^{ème} trimestre		Année		Var
	2023	2024	2023	2024	
Jimmy Choo	51,0	56,3	210,0	224,3	+7 %
Montblanc	43,5	40,8	205,6	203,4	-1 %
Coach	47,6	43,1	187,4	182,0	-3 %
Lacoste	-	15,2	-	78,7	na
Lanvin	10,8	11,2	48,3	45,5	-6 %
Rochas	9,9	11,1	41,0	41,9	+2 %
Autres	25,0	22,6	106,2	104,7	ns
Chiffre d'affaires	187,8	200,3	798,5	880,5	+10,3 %

ns : non significatif – na : non applicable

- Après une croissance de 16 % en 2023, les parfums Jimmy Choo enregistrent une nouvelle hausse de leurs ventes en 2024, de près de 7 %, et poursuivent leur développement grâce au lancement réussi de la ligne *I Want Choo Le Parfum* notamment, amorcé en juin dernier ;
- Avec un chiffre d'affaires à nouveau supérieur à 200 M€ sur l'année, les parfums Montblanc consolident leurs positions grâce à la solidité des lignes *Montblanc Legend* et *Montblanc Explorer* ;
- Après la très forte progression des ventes en 2023, la demande persistante sur la quasi-totalité des lignes historiques féminines et masculines *Coach* permet, là encore, de consolider l'activité en 2024 avant le lancement de deux nouvelles déclinaisons importantes en 2025 ;
- Les parfums Lacoste affichent un chiffre d'affaires de près de 80 M€ sur l'année 2024, bien supérieur aux anticipations de début d'année, et réalisent une première année d'exploitation très prometteuse, grâce à la bonne tenue des lignes *L.12.12* et au lancement réussi de la ligne *Lacoste Original*, en France comme à l'international ;
- Une activité plus normative en Europe de l'Est et en Asie au 2nd semestre permet aux parfums Lanvin de limiter leur recul, dans une année sans lancement majeur ;
- Les parfums Rochas présentent une légère croissance, portée par les bons chiffres des lignes *Citron Soleil* et *Orange Horizon*, premiers opus d'une collection dérivée de la ligne *Eau de Rochas*.

Activité 2024 par zone géographique

M€	4 ^{ème} trimestre		Année		Var
	2023	2024	2023	2024	
Afrique	0,7	1,4	4,9	6,1	+25 %
Amérique du Nord	86,0	84,5	322,8	332,2	+3 %
Amérique du Sud	14,5	14,2	66,2	74,9	+13 %
Asie	26,3	25,3	116,0	125,3	+8 %
Europe de l'Est	18,3	21,5	70,2	76,1	+8 %
Europe de l'Ouest	20,0	27,8	124,5	155,4	+25 %
France	11,2	14,4	43,2	55,5	+28 %
Moyen-Orient	10,8	11,2	50,7	55,3	+9 %
Chiffre d'affaires	187,8	200,3	798,5	880,5	+10,3 %

- En Amérique du Nord, après la très forte accélération des ventes au cours des dernières années (+27 % en 2022 et +13 % en 2023), grâce à plusieurs lancements extrêmement réussis sur les marques Jimmy Choo et Coach notamment, l'activité reste bien orientée en 2024 avec un chiffre d'affaires de 332 M€ dans un marché de la parfumerie toujours actif, notamment aux États-Unis ;
- Après des ventes en hausse de 29 % en 2023, l'Amérique du Sud poursuit sa tendance positive avec une croissance de 13 % en 2024, soutenue par la reprise de la distribution des parfums Lacoste et la solidité des parfums Montblanc ;
- Si certains marchés consolident leur activité en Asie après trois années de très forte croissance (Australie) ou semblent moins porteurs (Corée du Sud), la tendance globale reste positive à Singapour et au Japon mais également en Chine (+18 %) ;
- Après un premier semestre difficile, la reprise des expéditions sur certains marchés, la bonne tenue des marques phares et la reprise de la distribution des parfums Lacoste permettent à l'Europe de l'Est de renouer avec la croissance en 2024 ;
- Grâce à une hausse des ventes de 40 % au 2nd semestre 2024, l'Europe de l'Ouest affiche une croissance de près de 25 % sur l'ensemble de l'année 2024, portée par le lancement des lignes *Jimmy Choo I Want Choo Le Parfum* et *Lacoste Original* ;
- La France affiche une très belle performance, supérieure aux anticipations, principalement grâce aux marques Rochas et Jimmy Choo, évolution confortée par la reprise très positive de la distribution des parfums Lacoste et le lancement de la ligne *Lacoste Original* en milieu d'année ;
- Enfin, si le Moyen Orient souffre toujours des répercussions des conflits existants dans la zone et d'une réduction du nombre de points de vente sur de nombreux marchés, l'activité reste néanmoins positive grâce aux parfums Montblanc, Jimmy Choo et Lacoste.

Contrat de licence Van Cleef & Arpels

L'accord conclu dans le courant de l'année 2024 avec Van Cleef & Arpels a donné lieu, en date du 20 décembre 2024, à la signature d'un nouveau contrat de licence d'une durée de 9 ans jusqu'au 31 décembre 2033.

Prochains rendez-vous

Résultats annuels 2024
26 février 2025
(avant ouverture de la Bourse de Paris)

Assemblée générale
des actionnaires 2025
17 avril 2025
(Pavillon d'Armenonville – Paris)

Publication du Chiffre d'affaires
du 1^{er} trimestre 2025
24 avril 2025
(avant ouverture de la Bourse de Paris)

Contact analystes et investisseurs

Philippe Santi
Directeur Général Délégué
psanti@interparfums.fr

Contact presse

Cyril Levy-Pey
Directeur Communication
clevypey@interparfums.fr

Paris, le 23 janvier 2025

Philippe Benacin, Président-Directeur Général, a déclaré : « Nous avons à nouveau réalisé de belles performances sur nos principales marques en 2024. Et clairement réussi tant la reprise de la distribution que le relancement de Lacoste qui confirme son important potentiel et sa capacité à devenir une marque majeure du portefeuille. Si le contexte géopolitique et économique continue de limiter la visibilité, la qualité et la créativité de notre plan de lancements 2025, basé sur des lignes importantes sur les marques Jimmy Choo, Montblanc, Coach et Lacoste, sans oublier Rochas, nous permet d'envisager une nouvelle année de croissance des ventes et des résultats. »

Philippe Santi, Directeur Général Délégué, a ajouté : « Pratiquer des hausses de prix de facturation, raisonnables, au début des années 2022 et 2023 nous avait permis de préserver nos niveaux de marge brute dans un contexte inflationniste. Les limiter au début de l'année 2024 nous a aussi permis de maintenir la croissance des volumes l'an passé. Dans le contexte récurrent de contrôle continu de l'ensemble des dépenses, notamment de marketing et publicité, la marge opérationnelle de l'exercice 2024 pourrait atteindre 20 %. »